

информированность о тенденциях на рынке труда, отсутствие навыков поведения на данном рынке.

Эти проблемы требуют комплексного решения. Но, прежде всего главным является усиление рычагов взаимодействия между службами занятости, высшими и средними профессиональными учебными заведениями и работодателями (бизнесом). Важным условием является формирование законодательной базы для организации системного партнерства государства, бизнеса и профобразования.

Необходимо создание нормативно – правовых документов, в которых за каждой из вышеперечисленных структур были бы закреплены основные обязанности, порядок и способы их взаимодействия в сфере содействия трудоустройству выпускников.

Для решения данной проблемы была разработана модель эффективного взаимодействия вышеупомянутых структур. Данная модель позволит повысить конкурентоспособность молодежи на рынке труда и обрести молодому поколению уверенность в завтрашнем дне.

Литература

1. Официальный сайт Президента Республики Башкортостан
[//www.presidentrb.ru](http://www.presidentrb.ru)
2. Официальный сайт Управления государственной службы занятости населения Республики Башкортостан - www.bashzan.ru/

Фаблинова О.Н.,
г. Минск, Республика Беларусь

РОЛЬ ИНТЕРНЕТА И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ РОССИИ, УКРАИНЫ И БЕЛАРУСИ)

В жизни современного человека особое место принадлежит Интернету. Об этом свидетельствуют данные исследования, проведенного канадской исследовательской компанией «GlobeScan» в 2009-2010 гг. в 26 странах мира (выборка – 27 000 респондентов в возрасте 18 лет и старше). Согласно опросу, 79% опрошенных рассматривают доступ к Интернету в качестве неотъемлемого права человека. Респонденты-жители России продемонстрировали себя как наиболее Интернет-зависимые по сравнению с респондентами из других европейских стран: 71% опрошенных заявили, что не смогли бы прожить без Интернета [1].

Молодежь, характеризующаяся как наиболее активная, мобильная и динамичная часть общества, склонная к инновациям, в еще большей степени связана с Интернет-технологиями. Именно молодежь является основной частью Интернет-пользователей. Так, по данным Фонда «Общественное мнение» за I квартал 2011 года, в Российской Федерации хотя бы раз в месяц пользовались Интернетом 83% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет, среди респондентов в возрасте 25-34 года таковых – 72% [2]. По данным ВЦИОМ за сентябрь 2011 года, 70% Интернет-пользователей, ежедневно пользующихся Интернетом, - молодежь в возрасте 18-24-лет [3].

Состав украинской Интернет-аудитории осенью 2011 года выглядел следующим образом: 35% - люди в возрасте 14-24 лет, 29% - в возрасте 25-34 лет, 20% - в возрасте 34-44 лет, 12% - в возрасте 45-54 лет и 4% - люди, возрасте 55 лет и старше [4]. Аналогична ситуация и с белорусской Интернет-аудиторией: 9,77% - люди в возрасте 15-18 лет, 21,8% - молодежь в возрасте 19-24 лет, 19,31% - люди в возрасте 35-44 лет, 13,39% - в возрасте 45-54 лет и 6,48%- в возрасте 55 лет и старше [5].

Спектр возможностей, предоставляемых Интернетом, достаточно разнообразен:

1. Общение, знакомства (социальные сети, электронная почта, чаты, форумы и т.д.);

2. Интернет-игры, азартные игры с использованием Интернет-технологий (Интернет-казино);
3. Поиск необходимой информации (курсы валют, прогноз погоды, режим работы учреждений и т.д.);
4. Поиск учебной/ профессиональной/ художественной литературы (электронные книги, журналы, статьи и т.д.);
5. Скачивание текстовой информации, аудио- и видеоматериалов;
6. Прослушивание аудиоматериалов, просмотр видеофайлов;
7. Получение образования дистанционно;
8. Удовлетворение религиозных потребностей (Интернет-церкви);
9. Совершение покупок в Интернет-магазинах.

Согласно данным исследования «МедиаМикс», проведенного в мае - июне 2010 года частным предприятием «МАСМИ БИ» (территориальный охват – Минск и областные города, размер выборки – 2500 респондентов в возрасте 16 лет и старше, метод сбора информации – структурированное личное интервью), Интернет-пользователей Беларуси в возрасте 16-24 лет интересуют общение (66,2%), полезная информация (57,8%), информация по работе/ учебе (48%), скачивание аудио-/ видеоматериалов, программ (46,3%), новости (38,7%). При этом стоит отметить, что молодежь в этом возрасте чаще, чем население в целом по республике интересуется общением и скачиванием информации из Интернета, реже – новостями. Респондентов в возрасте 25-34 года в наибольшей степени интересуется полезная информация (63,1%), общение (57,7%), новости (53,5%), скачивание аудио-/видеоматериалов, программ (38,3%) и информация по работе/ учебе (37,8%) [6].

Как видно, общение для Интернет-пользователей в возрасте 16-24 лет стоит на первом месте, для Интернет-пользователей в возрасте 25-34 лет – на втором. Наибольшей популярностью в молодежной среде пользуются такие площадки для коммуникации, как социальные сети, чья история насчитывает

более 15 лет (начало использования социальных сетей связано с созданием портала «Classmates.com» в 1995 году).

О широкой популярности социальных сетей косвенно свидетельствует создание в 2011 году хорватским дизайнером из бюро «DevianTom» Т. Звонаричем кровати в форме логотипа социальной сети «Facebook», так называемой «FBed» [7]. Кроме того, об истории создания Facebook» Д. Финчером был снят фильм «Социальная сеть» (2010 г.).

По данным лаборатории «Сарафанное Радио» за сентябрь 2010 года, TOP-5 наиболее популярных социальных сетей в России следующий: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой мир», «Facebook» и «Twitter» [8]. Для Украины TOP-5 социальных сетей таков: «ВКонтакте», «Mail.ru», «YouTube», «Wikipedia», «Odnoklassniki» (у «Facebook» 9 место), для Беларуси - «ВКонтакте», «Одноклассники», «LiveJournal», «Мой Мир», «Wikipedia», «YouTube» (у «Facebook» 8 место) [9; 10].

Таким образом, можно говорить о том, что Интернет и социальные Интернет-сети стали неотъемлемой частью жизни людей XXI века. Особенно значимую роль они играют в молодежной среде, наиболее склонной ко всему новому и связанному с технологиями. Однако стоит помнить, что социальные сети и Интернет имеют не только положительные стороны (бесконечность общения, широкие социальные связи, отсутствие территориальных границ, оперативность получения информации, доступность и т.д.), но и таят в себе опасности в виде Интернет-мошенничества, неправомерного использования информации, оставленной Интернет-пользователем, контроля за действиями пользователей и т.п.

Литература

1. Four in Five Regard Internet Access as a Fundamental Right: Global Poll [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/08_03_10_BBC_internet_poll.pdf – Дата доступа: 5.02.2012.

2. 83% молодежи 18-24 лет пользуются Интернетом // Ksan [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: http://ksan.ru/market_news/547/2011 – Дата доступа: 17.01.2012.
3. Четверть европейцев никогда не пользовалась интернетом // News Board [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: http://newsboard.ru/news/read/internet_users.html – Дата доступа: 1.02.2012.
4. Аудитория Уанета. Август 2011 года. GemiusAudience [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net/LesyaPrus/201108-g-audienceoverview> – Дата доступа: 1.02.2012.
5. Уровень проникновения Интернета в Беларуси составил более 50% // Новости Mail.ru [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://tel.news.mail.ru/inworld/belorussia/society/7775248/> – Дата доступа: 5.02.2012.
6. База данных исследования «МедиаМикс», проведенного Частным предприятием «МАСМИ БИ» в мае-июне 2010 года.
7. Петрова А. Facebook-кровать// United Europe [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://uenews.ru/content/news/166/5681/> – Дата доступа: 5.02.2012.
8. Мутовкина Д. Социалки померились посещаемостью // **Seo news. Поисковый маркетинг** [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://www.seonews.ru/events/detail/121281.php> – Дата доступа: 5.11.2010.
9. Скобкин А. Составлен рейтинг социальных сетей Украины // LibyMax [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://libymax.ru/?p=4784> – Дата доступа: 5.11.2010.
10. Первый рейтинг социальных сетей Беларуси (ТОП-20) // Лаборатория социального маркетинга «Сарафанное радио» [Электронный ресурс]. –

2009. – Режим доступа: <http://sarafannoeradio.org/analitika/189-perviy-reyting-socialnyh-setey-> – Дата доступа: 10.10.2011.

Филькина О.Ю.

г. Рязань

СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Социальные процессы оказывают существенное влияние на все категории населения. Особую значимость представляет в настоящее время проблема социальной адаптации молодежи как наиболее образованного, мобильного восприимчивого к общественным переменам сегмента российского общества. Исследование содержания, форм проявления и механизмов осуществления адаптационных процессов в молодежной среде позволяет полнее и конкретнее представить приоритетные направления социально-экономического и социокультурного развития нового поколения молодых россиян в переходный период развития нашего общества. Особую значимость представляет проблема социальной адаптации студенческой молодежи как наиболее образованной, мобильной восприимчивой к общественным переменам части молодежи [2, С. 141].

Современная молодежь сформировалась в условиях радикальных трансформаций в экономической, общественно-политической, духовно-нравственной сферах жизни общества. В значительной мере изменилась роль традиционных и новых каналов социализации молодежи: семья становится более нестабильной и малодетной, коммерциализируются все звенья системы образования. Среди новых каналов социализации молодежи наибольшее значение приобретают СМИ и Интернет. Важнейшее значение в транзитивном обществе имеет массовое сознание как специфический социокультурный феномен [1, С. 137]. Основу жизненных миров составляют